

CÓDIGO	AUTOR	DURACIÓN ESTIMADA	NIVEL DE FORMACIÓN
16B07C01	Javier Fernández	30 h	Medio/Avanzado

### Dirigido a

*Profesionales de empresas de actividad logística que quieran ampliar sus conocimientos en relación el departamento de compras y proveedores poniendo especial énfasis en operarios, mandos intermedios, directores.*

### Descripción

*Con este contenido de curso profesional el alumnado conocerá la forma más eficaz de establecer relación con los proveedores, mediante el marketing, el análisis del entorno actual, la gestión de compras y suministros, el plan de compras, así como la gestión de inventarios y proveedores.*

## COMPETENCIAS

1. Introducción al concepto de marketing, cómo y para qué se utiliza y la correcta relación con los proveedores para una buena gestión y eficacia.
2. Conocer todo lo que engloba un departamento de gestión de compras, desde la venta del producto, hasta los costes de inventarios en almacén para conocer el mercado y su comportamiento.
3. Conocer la adaptación de las empresas a los cambios que se van presentando y que se requieren para ser más competitivas.
4. Saber la importancia de las relaciones entre proveedores y clientes, la comunicación fluida y organización entre departamentos para evolucionar.
5. Conocer las diferentes herramientas de marketing entre empresa y proveedor, y a su vez, conocer la problemática entre empresas de distribución y sus proveedores para mantener una relación efectiva y favorable.
6. Aprender cómo se regula un contrato de suministros, a negociar con proveedores, saber cómo tratarlos, y el tipo de relación que se debe mantener para conseguir una relación próspera.
7. Conocer la planificación de compras, y gestionar presupuestos para conseguir los objetivos estratégicos marcados por la empresa.
8. Conocer con claridad los objetivos que persigue el departamento de compras para gestionarlo de manera eficiente.
9. Aprender una eficiente gestión de proveedores, aplicando técnicas y sistemas para mejorar la comunicación y establecer relaciones duraderas.

## CRITERIOS DE EVALUACIÓN (Objetivos)

1. Saber el origen y uso del marketing y la importancia de una buena relación y comunicación con proveedores.
2. Como es una relación tradicional proveedor cliente y cual puede llegar a ser su complejidad.
3. Diferenciar entre inventarios para venta de producto, modelos de reposición de existencias y saber cómo se trabaja con productos finales.
4. Cómo calcular cada uno de los costes de inventario y de donde surgen.
5. Tipos de relaciones con proveedores, cambios en las mismas y costes derivados de estos cambios.
6. Identificar y aplicar las distintas estrategias del departamento de ventas y las relaciones.
7. Relaciones y negociaciones entre fabricantes y distribuidores en las cadenas de distribución.
8. Elección de proveedores según criterio, como evaluarlos según expectativas y si cumplen estas.
9. Claves de negociación, relaciones y aprender cómo es un contrato de suministros.
10. Saber realizar un contrato tipo de suministros y como se regula.
11. Identificar los elementos del presupuesto de compras, elaboración del mismo y posterior seguimiento y control.
12. Organizar administrativamente el departamento de compras, gestionando los costes que ello conlleva.
13. Aplicar herramientas SRM, aprender sistemas de comunicación y claves para la integración de proveedores.

## CONTENIDOS

### Unidad 1. Marketing y proveedores

1. Introducción al concepto de marketing
2. Relaciones con los proveedores
  - 2.1 Cambio de enfoque
3. Administración pasiva de la función de compra
4. Administración pasiva de la función de compra II
5. Conclusión

### Unidad 2. Inventario y costes

1. Gestión de compras
2. Los inventarios para la venta de producto
3. Trabajar con productos finales
4. Modelos de reposición de existencias
5. Inventarios periódicos o inventarios gestionados por el tiempo
6. Los costes de la gestión de los inventarios
  - 6.1 Costes de ruptura
7. Los inventarios de seguridad

#### Unidad 3. Cambios

1. El entorno actual y las relaciones con los proveedores
2. Un nuevo marco de relaciones
3. Los costes de cambio de proveedor

#### Unidad 4. Relaciones

1. Los nuevos sistemas de gestión de la cadena de valor del producto
2. Necesidad de una nueva visión ética en las relaciones con los proveedores
3. Marketing de relación con los proveedores. La gestión inversa

#### Unidad 5. Distribución y compras

1. Marketing de relación con proveedores
2. El sector de las grandes superficies de distribución en España
3. La gestión de compras y sus implicaciones éticas
4. Departamento de compras
5. La homologación de proveedores
6. La evaluación de proveedores
7. La calidad concertada en proveedores

#### Unidad 6. Negociación y contrato

1. Gestión de compras. Selección de proveedores
2. Negociación con proveedores
  - 2.1 ¿Cómo tratar a mi proveedor? ¿Qué tipo de relación mutua debo crear?
  - 2.2 ¿Cómo negociar con los proveedores?
  - 2.3 Cinco claves para negociar como los profesionales
3. Contrato tipo de suministros

#### Unidad 7. Presupuestos

1. Plan de compras
2. Presupuestos
  - 2.1 Elementos del presupuesto de compras
3. Nuevas tendencias de compra

#### Unidad 8. Gestión

1. Gestión de inventarios
  - 1.2 Tipos de inventarios
2. Organización administrativa del departamento de compras
3. Operaciones del área de compras
4. Los costes de gestión

**Unidad 9. Comunicación**

1. Técnicas y sistemas de comunicación aplicadas a la gestión de proveedores
  - 1.1 Cómo acertar en la elección del proveedor
  - 1.2 Crecer juntos
  - 1.3 Gestión de relaciones con los proveedores
  - 1.4 Procesos SRM
2. Claves para la integración con proveedores
  - 2.1 Principios para mejorar la relación
  - 2.2 Beneficios de una estrecha colaboración
3. Sistemas de comunicación aplicadas a proveedores